

中国奢侈品市场专项调研及竞争策略研究报告（2012-2016）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国奢侈品市场专项调研及竞争策略研究报告（2012-2016）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/142171142171.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

奢侈品(Luxury)在国际上被定义为“一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品。奢侈品在经济学上讲，指的是价值/品质关系比值最高的产品。从另外一个角度上看，奢侈品又是指无形价值/有形价值关系比值最高的产品。奢侈品的消费是一种高档消费的行为，奢侈品这个词本身并无贬义。中国是全球奢侈品消费的大市场之一。2011年中国奢侈品销售总额达到126亿美元，占全球奢侈品消费总额的28%。中国已超过美国成为继日本之后的世界第二大奢侈品消费国。

中国报告网发布的《中国奢侈品市场专项调研及竞争策略研究报告（2012-2016）》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 2012年世界奢侈品行业发展总体分析

第一节 2012年全球奢侈品市场发展概况

- 一、世界奢侈品行业发展史
- 二、世界奢侈品行业基本特征
- 三、国际奢侈品市场格局分析

第二节 2012年世界奢侈品产业市场运行态势分析

- 一、国际服饰类奢侈品牌争相发力童装市场
- 二、全球奢侈品品牌分析
- 三、国外奢侈品营销攻略

第三节 2012-2016年世界奢侈品产业发展趋势分析

第二章 2012年世界奢侈品产业重点市场分析

第一节 美国

- 一、美国奢侈品消费信心受挫
- 二、美国奢侈品牌积极促销应对市场低迷

三、美国奢侈品高级专卖店的发展策略

四、美国奢侈品税收制度简述

第二节 日本

一、日本奢侈品消费市场逐渐成熟

二、日本奢侈品销售情况分析

三、日本奢侈品消费观念分析

第三节 俄罗斯

一、俄罗斯奢侈品市场细分加速

二、俄罗斯奢侈品消费增长迅猛

三、中小城市成俄罗斯奢侈品发展新热点

四、国际奢侈品企业青睐俄罗斯市场

第四节 其他

一、英国奢侈品销售价格分析

二、法国奢侈品行业运行现况分析

三、瑞士奢侈品牌加速亚洲市场扩张

四、印度奢侈品消费持续增长

五、巴西奢侈品消费市场前景看好

第三章 2012年中国奢侈品产业市场运行环境分析

第一节 2012年中国奢侈品产业政策分析

一、奢侈品税的政策目标

二、奢侈品消费税政策分析

三、相关产业政策影响分析

第二节 2012年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第三节 2012年中国奢侈品产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四章 2012年中国奢侈品市场发展形势分析

第一节 中国奢侈品市场的形成原因

一、改革开放推动中国经济社会大发展

二、城乡居民收入水平得到大幅提升

三、中国富裕群体不断发展壮大

四、信用卡消费助力国内奢侈品市场崛起

第二节 2012年中国奢侈品行业发展概况

一、中国奢侈品市场容量简析

二、中国奢侈品行业发展的基础

三、促使中国奢侈品市场发展的有利因素

四、中国奢侈品行业机遇与挑战并存

第三节 2012年中国奢侈品市场发展现状分析

一、中国奢侈品市场发展迅猛

二、中国奢侈品消费市场持续扩张

三、国内奢侈品市场新特征

四、中国奢侈品市场日益成熟

五、中国奢侈品消费渐趋理性

第四节 2012年中国奢侈品行业存在的问题及不足

一、中国奢侈品市场面临的主要问题

二、制约中国奢侈品市场发展的障碍因素

三、国内奢侈品运营中存在的不足

四、中国缺乏本土奢侈品品牌

第五节 2012年中国奢侈品市场发展对策及建议

一、促进中国奢侈品市场发展的策略

二、奢侈品行业应对金融的对策思路

三、成功拓展中国奢侈品市场的关键战略

四、中国企业开创本土奢侈品品牌的方向

第五章 2012年中国珠宝首饰类奢侈品市场动态分析

第一节 2012年中国珠宝首饰业发展概况

一、中国珠宝首饰业发展回顾

二、中国珠宝产业取得长足发展

三、中国成为世界第三大珠宝消费市场

四、中国珠宝首饰出口状况

五、国内男士珠宝市场亟待开发

六、中国珠宝消费趋向细分化

第二节 2012年中国珠宝市场发展简析

一、珠宝消费者市场

二、珠宝中间商市场

三、珠宝生产者市场

四、珠宝服务市场

第三节 2012年中国黄金首饰市场透视

一、中国黄金首饰行业的发展阶段

二、中国成为世界第二大黄金首饰消费国

三、中国黄金珠宝首饰行业创新谋发展

四、中国黄金饰品消费税有望取消

第四节 2012年中国钻石首饰市场分析

一、中国钻石消费需求分析

二、中国钻石饰品向多元化方向发展

三、中国钻石市场将迎来新一轮快速增长

第五节 2012年中国主要珠宝首饰品牌介绍

一、卡地亚 (Cartier)

二、蒂芙尼 (Tiffany)

三、宝诗龙 (Boucheron)

四、戴比尔斯 (De Beers)

五、施华洛世奇 (Swarovski)

第六章 2012年中国手表类奢侈品市场走势分析

第一节 2012年中国高档手表行业发展概况

一、国产手表制造商亟需提升品牌意识

二、瑞士中高档腕表在中国市场销售升温

三、高档手表品牌积极开拓中国市场

四、国产手表与国外品牌竞争加剧

第二节 2012年中国部分区域市场分析

一、上海高档名表售后服务市场商机渐显

二、深圳的高档手表品牌积极应对金融危机

三、长沙奢华名表消费市场升温

四、瑞士名表商争相发力重庆市场

第三节 2012年国外主要高档名表品牌介绍

- 一、劳力士 (ROLEX)
 - 二、百达翡丽 (Patek Philippe)
 - 三、江诗丹顿 (Vacheron-constantin)
 - 四、爱彼 (Audemars Piguet)
 - 五、欧米茄 (Omega)
- 第七章 2012年中国服装类奢侈品市场态势分析
- 第一节 2012年中国高级时装市场发展概况
- 一、国内高级时装市场潜力巨大
 - 二、国内代理商与境外奢侈服装生产商竞争加剧
 - 三、中国高级男装市场持续快速发展
 - 四、高档服装渠道下移将成趋势
- 第二节 2012年中国高级女装市场分析
- 一、高级女装已成为一种奢侈消费品
 - 二、国外知名女装品牌争相抢占中国市场份额
 - 三、高级女装品牌经营管理准则
- 第三节 2012年中国主要高级时装品牌介绍
- 一、唐纳·卡兰 (Donna Karan)
 - 二、范思哲 (Versace)
 - 三、瓦伦蒂诺 (Valentino)
 - 四、普拉达 (Prada)
 - 五、乔治·阿玛尼 (Giorgio Armani)
- 第八章 2012年中国酒类奢侈品市场格局分析
- 第一节 2012年中国高档名酒市场发展概况
- 一、国内高档礼品酒消费趋向理性化
 - 二、国内高端名酒市场格局面临调整
 - 三、中国酒类奢侈品行业迎来发展机遇
 - 四、中国酒类奢侈品市场发展面临的挑战
 - 五、中国高端酒营销存在的问题及对策
- 第二节 2012年国内高档白酒市场分析
- 一、中国高档白酒消费快速增长
 - 二、中国高档白酒市场进入平稳增长期
 - 三、中国高端白酒市场的基本格局
 - 四、金融危机对国内高档白酒市场的影响
 - 五、白酒消费税新规引发高档白酒价格上浮
- 第三节 2012年国内高档葡萄酒市场分析

- 一、中国高档葡萄酒需求持续增长
- 二、中国高档红酒市场进一步扩张
- 三、本土葡萄酒生产商积极拓展高端市场
- 四、高档葡萄酒的市场运作思路

第四节 主要高档名酒品牌介绍

- 一、人头马 (REMY MARTIN)
- 二、马爹利 (Martell)
- 三、轩尼诗 (Hennessy)
- 四、绝对伏特加 (Absolut Vodka)
- 五、芝华士 (Chivas)

第九章 2012年中国游艇类奢侈品市场局势分析

第一节 中国游艇行业面临的政策环境

- 一、中国《游艇建造规范》
- 二、中国《游艇安全管理规定》
- 三、《游艇安全管理规定》解读
- 四、中国大力推动游艇行业规范发展
- 五、促进中国游艇产业升级的政策建议

第二节 2012年中国豪华游艇行业发展概况

- 一、亚洲成世界游艇市场发展新重心
- 二、中国游艇市场发展势头良好
- 三、国内游艇市场的竞争格局
- 四、中国游艇市场发展空间广阔

第三节 2012年中国部分区域游艇市场分析

- 一、青岛游艇业发展规模分析
- 二、福建厦门游艇产业链逐渐成型
- 三、广东珠海游艇行业发展前景乐观
- 四、深圳出台政策加快邮轮游艇业发展
- 五、海南三亚积极推动游艇业发展

第四节 2012年主要豪华游艇品牌介绍

- 一、丽娃 (Riva)
- 二、圣汐 (Sunseeker)
- 三、博纳多 (Beneteau)
- 四、拜泰姆 (Bertram)
- 五、公主 (Princess)

第十章 2012年中国其他奢侈品细分市场发展分析

第一节 高端化妆品

- 一、中国奢侈化妆品市场发展综述
- 二、国内日化企业进军化妆品高端市场
- 三、中国高级香水消费市场逐步壮大
- 四、中国高档化妆品消费特征分析
- 五、国内市场奢侈化妆品营销策略
- 六、高端化妆品市场主要品牌介绍

第二节 高档家具

- 一、奢侈品牌家具市场发展潜力巨大
- 二、中国高端家具市场发展现状
- 三、国际一线家具品牌看好中国高端市场
- 四、欧洲高端家具制造业发力中国市场
- 五、高端家具消费趋向年轻化

第三节 豪华汽车

- 一、国外超豪华汽车品牌加速拓展中国市场
- 二、奔驰销量领先国内豪华车市
- 三、中国高端车市格局调整
- 四、顶级名车在中国市场的营销策略
- 五、主要豪华汽车品牌介绍

第四节 私人飞机

- 一、私人飞机渐成国内富豪奢侈品消费新动向
- 二、中国私人飞机审批权管制逐渐宽松
- 三、中国私人飞机市场发展面临的挑战
- 四、2020年中国私人飞机拥有量可达2000架

第十一章 2012年中国奢侈品市场区域发展格局分析

第一节 上海

- 一、上海奢侈品商圈发展历程
- 二、国际奢侈品牌加大力度拓展上海市场
- 三、上海成为内地奢侈品消费首选市场
- 四、上海奢侈品商店改变经营策略应对危机

第二节 北京

- 一、北京奢侈品行业发展简况
- 二、北京奢侈品市场逐步壮大
- 三、北京奢侈品商圈的发展格局
- 四、北京西单银座奢侈品商业投资升温

五、北京市场出现二手奢侈品商店

第三节 广州

- 一、广州奢侈品消费持续增长
- 二、广州奢侈品消费群体特征
- 三、广州奢侈品消费市场存在的问题
- 四、广州奢侈品消费新商圈有望崛起

第四节 深圳

- 一、深圳奢侈品行业发展概况
- 二、深圳奢侈品消费市场基本特征
- 三、国际顶级奢侈品牌看好深圳市场
- 四、深圳奢侈品商圈加速转型步伐

第五节 杭州

- 一、杭州奢侈品消费能力渐强
- 二、杭州积极打造奢侈品新商圈
- 三、国际奢侈品牌深耕杭州市场

第十二章 2012年中国奢侈品行业消费调查分析

第一节 2012年中国奢侈品消费综述

- 一、中国奢侈品消费的发展现状
- 二、中国奢侈品消费快速增长的原因
- 三、中国奢侈品消费的特点
- 四、中国奢侈品的主要消费者
- 五、中国奢侈品消费的发展趋势

第二节 2012年中国奢侈品消费行为主要特征

- 一、炫耀性消费
- 二、盲目性消费
- 三、个性消费

第三节 2012年中国奢侈品消费群体特征

- 一、人口特征
- 二、心理特征
- 三、购买行为特征

第四节 2012年奢侈品主要消费渠道介绍

- 一、品牌专卖店
- 二、名品折扣店
- 三、他人代购
- 四、国外网购

五、出境游购物

第五节 2012年中国新奢侈品消费浅析

- 一、新奢侈品概念
- 二、新奢侈品的消费动机
- 三、新奢侈品的消费模式

第十三章 2012年中国奢侈品行业市场营销策略分析

第一节 2012年中国奢侈品营销策略分析

- 一、不同类型奢侈品的营销策略
- 二、基于消费者的奢侈品营销策略
- 三、中国奢侈品消费的营销手段
- 四、奢侈品牌的终端营销策略
- 五、改进中国奢侈品营销的对策建议

第二节 2012年国际奢侈品牌在中国市场的营销策略及启示

- 一、国际奢侈品牌在中国的目标市场
- 二、国际奢侈品牌在中国市场的营销策略
- 三、对中国本土奢侈品牌营销的启示

第三节 2012年奢侈品市场营销案例借鉴

- 一、路易威登以尊贵提升品牌价值
- 二、卡地亚顺利开拓中国市场
- 三、茅台进入奢侈品牌时代
- 四、“上海滩”打造本土奢侈品牌

第十四章 2012年世界主要奢侈品企业调研分析

第一节 路易威登集团（LVMH）

- 一、公司简介
- 二、路易威登集团经营状况分析
- 四、路易威登集团最新动态分析

第二节 历峰集团（Richemont）

- 一、公司简介
- 二、历峰集团经营状况分析
- 三、历峰集团的“核心业务+现金流业务”模式
- 四、历峰集团加速拓展中国内陆市场
- 五、重组并购有力推动历峰集团发展壮大

第三节 巴黎春天集团（PPR）

- 一、公司简介
- 二、PPR集团经营状况分析

三、Gucci成巴黎春天集团旗下核心品牌

第四节 斯沃琪集团（Swatch）

一、公司简介

二、SWATCH集团经营状况分析

三、斯沃琪集团在华市场分析

第五节 香奈尔集团（Chanel）

一、公司简介

二、香奈儿集团经营情况分析

三、香奈儿的营销策略

第十五章 2012-2016年中国奢侈品行业发展趋势展望分析

第一节 2012-2016年中国奢侈品行业发展趋势分析

一、新富群体将成中国奢侈品消费主力

二、培育本土品牌成中国奢侈品行业发展方向

三、奢侈品行业或将选择“大众化路线”

四、网络销售成奢侈品市场新走向

第二节 2012-2016年中国奢侈品行业前景展望分析

一、中国奢侈品市场规模将进一步扩大

二、中国奢侈品市场前景乐观

三、2014年中国将成为世界最大奢侈品消费市场

第十六章 2012-2016年中国奢侈品行业投资机遇与热点分析

第一节 2012-2016年中国奢侈品行业投资机遇

一、奢侈品消费向新兴市场转移

二、中国奢侈品消费市场逆势扩张

三、经济低迷难抑中国奢侈品消费热情

四、中国奢侈品市场投资潜力巨大

第二节 2012-2016年中国奢侈品行业投资热点

一、国外奢侈品企业加快布局中国高端市场

二、国内奢侈品市场个人投资型消费兴起

三、长三角地区奢侈品市场投资趋热

四、奢侈品二手市场受中产阶层欢迎

五、干邑收藏蕴含投资商机

第三节 2012-2016年中国奢侈品行业投资风险分析

一、政策风险

二、市场风险

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/142171142171.html>